

LinkedIn w komunikacji marki

Podczas szkolenia zespół marketingu zostanie wyposażony w wiedzę i kompetencje niezbędne do efektywnego wykorzystania platformy LinkedIn w budowaniu komunikacji marki grupie odbiorców, dzięki wykorzystaniu możliwości platformy LinkedIn. Warsztaty będą zawierać zarówno część teoretyczną, jak i praktyczne przykłady oraz ćwiczenia, zaczerpnięte z komunikacji marek innych benchmarków na platformie LinkedIn.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie przeznaczone jest dla pracowników działu marketingu, szukających wskazówek dotyczących publikacji na LinkedIn i planu recyklingu treści oraz chcących budować rozpoznawalność marki firmowej.



Korzyści

Rezultatem warsztatów praktycznych będzie zdobycie doświadczenia w budowaniu komunikacji marki na platformie LinkedIn w oparciu o przyjęte cele strategiczne, dla zdefiniowanej grupy docelowej. Kompetencje będą obejmować analizę potrzeb grupy docelowej, planowanie kalendarza treści, oraz definiowanie Value Proposition dla grupy odbiorców, wspierającego komunikację marki.



Program szkolenia

1. Marka na platformie LinkedIn - taktyki budowania komunikacji marki

- Pozycjonowanie marki na LinkedIn poprzez wykorzystanie profilu Company Page
- Pozycjonowanie marki na LinkedIn poprzez aktywność pracowników na ich profilach osobistych
- Synergia działań komunikacyjnych prowadzonych na Company Page oraz na profilach osobistych

pracowników

- Rola pracowników – Ambasadorów marki w budowaniu komunikacji marki w social mediach
- Na czym opiera się strategia komunikacji marki na platformie LinkedIn?

2. Company Page – rola profilu firmowego w budowaniu obecności marki i personal branding

- Company Page – jego rola w budowaniu obecności marki na LinkedIn. Cechy efektywnego profilu Company Page.
- Dlaczego Company Page nie sprzedaje? Rola treści na profilu firmowym.
- Content Marketing – jakie treści wspierają budowanie pozycji marki w środowisku LinkedIn? (praktyczne ćwiczenia z podziałem na grupy).

3. Personal Branding w budowaniu obecności marki na LinkedIn

- Rola Personal Brandingu w komunikacji na platformie LinkedIn.
- Przykłady budowania obecności marki za pomocą pracowników na platformie LinkedIn – branża klienta.
- Najważniejsze cechy działań PB na LinkedIn. Influencerzy w branży klienta – praktyczne przykłady + ćwiczenie w grupach.
- 6 powodów, dla których inni czytają nasze treści na LinkedIn.
- Rola Value Proposition w komunikacji z grupą odbiorców na LinkedIn. Ćwiczenia praktyczne z określania VP dla grup odbiorców z podziałem na grupy.

4. Komunikacja z perspektywy profilu osobistego na LinkedIn

- Budowanie zaangażowania w grupie odbiorców na LinkedIn.
- Najbardziej popularne i skuteczne formaty treści. Przygotowanie content planu komunikacji marki na LinkedIn – ćwiczenie w grupach.
- Kiedy najlepiej publikować treści na LinkedIn? Jak znaleźć właściwy moment na publikację?
- Reguła 3x5 – czyli ile czasu potrzebujemy, aby utrzymać swoją optymalną aktywność w social mediach?

5. Ewaluacja efektów komunikacji

- Jak mierzyć działania na LinkedIn?
- Ewaluacja skuteczności działań na LinkedIn – dostępne metryki efektywnościowe.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagane jest założenie prywatnego konta oraz orientacja w interfejsie LinkedIn.



Czas trwania

1 dni / 5 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski